

# CRM-PLATTFORM-EVALUATION UND CUSTOMER-CENTRICITY IM PHARMAUMFELD

CRM-Strategie | Plattform-Evaluation | Customer Journey | GxP

## Ausgangslage

Die Pharmagruppe plante die Konsolidierung mehrerer CRM-Systeme auf eine einheitliche internationale Plattform für fünf verschiedene Unternehmensbereiche.

Unterschiedliche Business Units, heterogene Prozesse sowie hohe Anforderungen an Compliance, Datenschutz und GxP mussten in einem gemeinsamen Evaluationsverfahren strukturiert zusammengeführt werden.

Ziel war die Auswahl einer zukunftsfähigen CRM-Plattform für Vertrieb, Marketing, Service und Customer Journey Management.

## Lösungsansatz

Entwicklung und Durchführung eines mehrstufigen CRM-Evaluationsverfahrens gemeinsam mit IT und Business Units.

Systematische Erhebung und Priorisierung der Anforderungen aus Vertrieb, Marketing, Außendienst und Customer Management sowie Übersetzung in konkrete Use Cases.

Moderation und Bewertung internationaler Herstellerpräsentationen anhand definierter Kriterien wie Anwenderfreundlichkeit, Compliance, Business Fit und Zukunftsfähigkeit.

**From Thought to Finish: 4 Monate**



## Herstellen einer belastbaren Entscheidungsgrundlage

Verbindung von Business-Anforderungen, technologischer Bewertung und strategischer Zukunftsfähigkeit in einem gemeinsamen Entscheidungsverfahren.

Fokus auf reale Geschäftsprozesse statt rein technischer Systemanalyse.

Aktive Einbindung der zukünftigen Anwender in die Bewertung komplexer CRM- und Customer-Journey-Szenarien.

## Ergebnisse

Entwicklung eines strukturierten und objektivierbaren Bewertungsverfahrens für internationale CRM-Plattformen.

Erfolgreiche Bewertung komplexer Anbieter- und Plattformlandschaften unter Berücksichtigung regulatorischer GxP-Anforderungen.

Empfehlung der Salesforce/Veeva-Plattform als zukünftige CRM-Lösung der Klosterfrau Healthcare Group.

Schaffung einer belastbaren Entscheidungsgrundlage zwischen IT, Business Units und Management.